

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРОЦЕССА ТРАНСНАЦИОНАЛИЗАЦИИ В АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ МИРА

Мировая автомобильная промышленность по праву может считаться зачинателем и полигоном процессов транснационализации в обрабатывающей промышленности. Автомобилестроение относится к разряду тех видов деятельности, в которых доминируют крупнейшие ТНК. Используя современные системы планирования и информационные коммуникации, многие из них разработали и распространили на ряд стран, регионов и даже на весь мир достаточно эффективные конкурентные стратегии, их производственные цепи охватывают многие регионы и страны мира.

Жесткая конкуренция компаний предопределила тенденцию к олигополизации ведущих сфер мирового хозяйства. Число крупнейших ТНК, монополизировавших основные производственно-сбытовые цепочки, перманентно сокращается. Крупнейшие пять фирм сосредотачивают около 50% продаж в электронной промышленности, более 30% - в таких отраслях, как авиаракетно-космическая промышленность, производство стали, нефтяная промышленность, производство персональных компьютеров, химическая промышленность, средства массовой информации и т.д. Ныне 85 самых мощных ТНК контролируют $\frac{3}{4}$ всех заграничных инвестиций.

На этом фоне автомобильная промышленность мира выделяется очень высоким уровнем олигополизации. Ситуация разительно поменялась по сравнению с началом XX в., когда на заре автомобилестроения, в США и Западной Европе действовало множество фирм-производителей, ориентированных исключительно на внутренние рынки. Например, в 1920 г. в США насчитывалось 80 автомобилестроительных компаний, в Великобритании – 40, во Франции – более 150, в Италии - более 30¹. Ныне $\frac{4}{5}$ общего объема продаж автомобилей в мире приходится на 10 крупнейших ТНК. Только пять крупнейших компаний отрасли аккумулируют более половины мирового выпуска автомобилей. По данным на 2001 г. 25 ведущих компаний автомобильной промышленности входят в список 500 крупнейших ТНК мира, 12 – в первую сотню корпораций, лидирующих по объему зарубежных активов, а шесть из них - среди двадцати ведущих. Однако, здесь уже следует поднять вопрос о том, что ранжировка как важный метод экономического и экономико-географического анализа в случае автомобильных ТНК (да и ТНК вообще) оказывается достаточно уязвимым с точки зрения возможностей выведения долгосрочных тенденций или закономерностей. С учетом «пульсирующего» характера географических структур ТНК в результате почти ежегодных приобретений или продаж активов их места в ранжировках за ряд лет меняются,

¹ Dicken P. Global Shift. London, 1986

иногда значительно. В подтверждение можно сравнить ранжировки 100 крупнейших нефинансовых компаний мира по объемам зарубежных активов.

Только за период 2000-2001 гг. список обновился практически на четверть. В 2000 г. его возглавила корпорация «Водафон» (Великобритания), появившаяся в результате целого ряда сделок по приобретению компаний, действующих в телекоммуникационной сфере и увенчавшаяся в 1999 г. покупкой одной из крупнейших немецких компаний «Маннесман». Новичками в списке крупнейших в 2000 г. стали еще две телекоммуникационные компании - «Телефоника» (Испания) и «Вивенди Юниверсал» (Франция), а в 2001 г. - «Дойче Телеком» (Германия)². Откат корпорации «ДаймлерКрайслер» в ранжировке 2000 г. на 16-е, а 2001 г. – 35-е место, означает только изменение в методике учета, согласно которой страной базирования принято считать и Германию, и США. Это привело к снижению всех показателей, учитываемых в индексе транснационализации (зарубежных активов, продаж и занятости). Однако, несмотря на указанную уязвимость метода ранжировок, он остается важным источником интерпретации.

Сравнение и ранжировка ведущих автомобильных корпораций позволяет выделить некоторые важные закономерности.

Во-первых, в списке крупнейших автомобильных компаний по размерам основных параметров хозяйственной деятельности выделяются четыре ведущих корпорации, являющихся безоговорочными лидерами в мировой автомобильной промышленности – «Дженерал Моторс», «Форд», «Даймлер-Крайслер», «Тойота». Суммарно их активы достигают более 900 млрд долл., объемы ежегодных продаж – около 600 млн долл., а число занятых на предприятиях – около 1,3 млн человек (табл.1). Остальные крупные ТНК отрасли, представленные достаточно ограниченным кругом западноевропейских и японских компаний, от них заметно отстают. По общему количеству выпускаемых автотранспортных средств сохраняется незыблемость позиций лидирующей тройки «Дженерал Моторс», «Форд», «Тойота». Но на четвертую позицию по этому показателю выходит компания «Фольксваген», отодвинув на ступень ниже «ДаймлерКрайслер», реально претендуя на присоединение к «элите» мирового автомобилестроения. Другой вопрос, что по стоимости произведенной продукции (по показателю объема оборота) «ДаймлерКрайслер» занимает не пятую позицию как по числу выпускаемых автотранспортных средств, а третье место, преследуя лидеров – «Дженерал Моторс» и «Форд» – с не очень большим отрывом. По данным 2001 г. объем оборота «ДаймлерКрайслер» составил 137 млрд долл., у «Дженерал Моторс» – 177 млрд, у «Форда» – 162 млрд³. И это понятно с учетом специализации концерна. Хотя в структуре производства «ДаймлерКрайслер» (по числу производимых автотранспортных средств) самая низкая доля – по сравнению с остальными ТНК мира – легковых автомобилей, но среди них преобладают автомобили экстра-класса, составляющие не менее четверти всего премиум-сегмента мирового автомобильного рынка.

² World Investment Report 2002, UN. New York; Geneva, 2002. P. 86-88

³ Verband der Automobilindustrie. Jahresbericht 2002, S. 245

Во-вторых, современные лидеры автомобилестроения существенно различаются по «идеологии». Ведущие американские корпорации в большей мере нацелены на обслуживание потребностей национального рынка. Так, на США приходится $\frac{3}{4}$ всего объема продаж «Дженерал Моторс» и $\frac{2}{3}$ - «Форда». В отличие от них, компания «Тойота», например, более половины своей продукции реализует за рубежом.

Таблица 1

Основные показатели крупнейших ТНК автомобильной промышленности мира, 2001 г.

ТНК	Страна	Активы, млрд долл.		Объемы продаж, млрд долл.		Численность занятых, тыс. чел.		Индекс транснационализации, %
		Всего, в т.ч.:	за рубежом	Всего, в т.ч.:	За рубежом	Всего, в т.ч.:	за рубежом	
«Дженерал Моторс»	США	324,0	75,4	177,3	45,3	365,0	148,0	29,8
«Форд»	США	276,5	81,2	162,4	53,0	354,4	188,9	38,4
«Даймлер-Крайслер»	Германия, США	183,8	25,8	137,1	43,6	372,5	76,4	22,1
«Тойота»	Япония	144,8	68,4	108,8	59,9	246,7	186,9	59,3
Фольксваген	Германия	92,5	47,5	79,4	57,4	324,4	157,6	57,4
«Фиат»	Италия	89,3	48,7	52,0	24,9	198,8	103,6	51,5
«Мицубиси»	Япония	61,1	16,6	100,6	15,8	44,0	18,8	28,5
«Нисан»	Япония	54,1	24,4	47,1	29,1	125,1	37,4	45,6
«Хонда»	Япония	52,1	35,3	56,0	40,1	120,6	59,0	62,8
«БМВ»	Германия	45,4	29,9	34,5	25,3	97,3	23,3	54,4
«Рено»	Франция	44,4	15,4	32,6	19,8	140,4	48,8	43,5
«Вольво»	Швеция	24,5	15,9	18,3	17,0	72,0	47,5	74,6
Всего по 12 ТНК		1392,5	484,5	1006,1	431,2	2461,2	1096,2	...

Составлено по: World Investment Report, UN, New York and Geneva, 2002. P. 86

В-третьих, как показывают расчеты и сопоставления, для большинства ТНК автомобильной промышленности мира наблюдается значительное превышение показателя «занятость за рубежом» над показателем доли активов, размещенных за рубежом (табл.1). Как правило, только около 1/3 всех активов компаний находится за ее пределами («Дженерал Моторс» – 23,3%, «Форд» – 29,4%, «Тойота» – 47,2%). В то же время на зарубежные филиалы корпораций приходится 40-60% всех занятых («Дженерал Моторс» – 40,5%, «Форд» – 53,3%, «Тойота» – 75,8%). Это, очевидно, связано, прежде всего, с реализацией фактора дешевизны рабочей силы в принимающих странах.

Но, несмотря на внушительные позиции ведущих автомобилестроительных корпораций среди крупнейших ТНК мира, их индекс транснационализации все-таки сравнительно невысок. Наивысшие значения индекса имеют компании, специализирующиеся в области телекоммуникаций (например, у «Водафон» – 83,2%, у «Вивенди Универсал» – 66,3%), добычи и переработки нефти («Бритиш Петролеум» – 80,5%, «Тотал Файна» – 74,9%), на производстве продуктов питания («Нестле» – 75,0%), в фармацевтике («Байер» – 54,9%) и другие. По состоя-

нию на 2000 г. индекс транснационализации у крупнейших американских автомобилестроительных компаний «Дженерал Моторс» и «Форд» составлял всего лишь 30-35%, у «ДаймлерКрайслер» (в результате изменения методики счета) – и вовсе всего 22,1%. Почти вдвое он выше у компаний «Тойота», «Фольксваген», «БМВ», «Хонда», «Фиат» – 50-60%, а у «Вольво» – 74,6%⁴.

Отметим, что в сравнительно-экономических исследованиях и для решения задач экономико-географических сравнений показатель индекса транснационализации, широко и уже традиционно используемый в отчетно-статистических публикациях ООН, обязательно должен дополняться анализом индекса «распространения сети». Он тоже стал применяться ООН для характеристики международного подхода в деятельности компаний. Индекс рассчитывается как соотношение числа зарубежных стран, в которых ТНК имеет принадлежащие ей филиалы, к числу зарубежных стран, в которых она могла бы потенциально вести свою деятельность. К последним отнесено 187 стран, имеющих положительный баланс инвестиций. Сравнение индекса «распространения сети» по 100 крупнейшим нефинансовым ТНК выявило наиболее географически диверсифицируемые отрасли: химия с фармацевтикой (22%), пищевая промышленность, включая производство напитков и табачных изделий (около 20%), электроника (19%)⁵. По автомобилестроению этот показатель составил менее 10%. Что касается крупнейших автомобильных ТНК, то этот индекс самый высокий у фирмы «Тойоты» (11%). Компания – хотя и меньшими по объему зарубежными активами, чем, например, «Дженерал Моторс» – уже присутствует в большем числе стран. Для «ДаймлерКрайслер» этот индекс всего 6%. Очевидно, что для пространственной стратегии «Тойоты» характерна более агрессивная, наступательная регионализация. Таким образом, чем шире география производственных цепей ТНК, то есть чем выше индекс «распространенности сети», тем большие возможности предоставляются по использованию региональных ресурсов, гибче пространственная структура корпорации, надежнее страховка на случай кризисных явлений и т.д. Однако региональные рынки в значительной мере уже поделены, и проникновение на них – дело совсем не простое и весьма капиталоемкое. Этот момент, в частности, во многом обуславливает повышенную активность ТНК по поиску путей совместного освоения новых рынков.

При совокупном рассмотрении «индекса транснационализации» и «индекса распространения сети» закономерно на первые места и на передний план анализа выдвигаются «первопроходцы» транснационализации «Дженерал Моторс», «Фольксваген» и более поздний феномен «Тойоты».

Несмотря на все «успехи» транснационализации и глобализации тезис о том, что основные производственные мощности ТНК, как правило, размещаются в стране базирования или, по крайней мере, в «своем» регионе, остается пока верен (табл.2). Особенно это характерно для западноевропейских компаний, более 70% производственных мощностей которых размещено в пределах европейского региона. Вторую группу составляют американские и японские корпорации: уровень концентрации их производства в пределах «своих» регионов существенно ниже – 55-60%. Но совершенно очевидный

⁴ World Investment Report. UN, New York and Geneva, 2002. P. 87

⁵ Владимирова И.Г. Исследование уровня транснационализации компаний // Менеджмент в России и за рубежом. 2001. № 6.

общий тренд состоит в движении почти каждой ТНК к «триаднорегиональной» структуре. Это та задача, которую первыми выполнили японцы и которая стоит в стратегических планах развития остальных корпораций.

Процесс транснационализации в автомобильной промышленности в последнее время имеет немало особенностей. Усиливаются прямо противоположные на первый взгляд тенденции: с одной стороны, рост конкурентной борьбы между ТНК, а с другой - укрепление их сотрудничества в самых разных областях деятельности. Такой эффект тесно связан с активным поиском ТНК новых форм, путей, географических регионов по увеличению прибыли и своих преимуществ. Конкуренция среди мировых автогигантов традиционно очень высока. Она охватывает практически все сферы и направления деятельности ТНК. Другое дело, что в условиях глобализации конкуренция не только, как и прежде, отвечает во многом за прогресс в отрасли и насыщение потребительского рынка, но и порождает немало совершенно новых явлений, в том числе становится движителем все более тесной кооперации ТНК.⁶ Существует немало причин, по которым сотрудничество становится в современном мире более важным инструментом для достижения делового успеха, чем конкуренция. В условиях глобализации экономики для любого бизнеса стратегически важнее быть частью мирохозяйственной системы, нежели противостоять ей.

Таблица 2

Региональная структура производства автомобилей ведущими ТНК (в %), 2003 г.

Компания	Европа	Северная Америка	Латинская Америка	Азия	Океания	Африка	Мир
«Дженерал Моторс»	21,2	61,4	12,7	2,8	1,9	-	100
«Форд»	32,0	56,1	6,8	3,5	1,6	0,0	100
«Даймлер-Крайслер»	33,7	56,0	8,9	0,2	-	1,2	100
«Фольксваген»	70,9	-	15,5	12,4	-	1,2	100
«БМВ»	80,5	14,9	-	-	-	4,6	100
«Фиат»	71,0	-	17,4	10,7	0,1	0,8	100
«Рено»	84,9	-	4,5	10,5	-	0,1	100
«Тойота»	10,3	22,0	1,0	63,3	1,9	1,5	100
«Хонда»	6,3	40,1	2,0	51,6	-	-	100
Мир, всего	33,0	24,1	5,2	36,4	0,7	0,7	100

Составлено по: OICA Statistic Committee, 2003

Форм кооперационных связей между автомобильными ТНК очень много:

- Так, преимущества координации усилий по ключевым направлениям НИ-ОКР признаются всеми конкурирующими сторонами. Можно привести много примеров такого сотрудничества. Более десяти лет, начиная с 1993 г., между «Дженерал Моторс», «Форд» и «Крайслер» существует Партнерство по разработке нового поколения машин, в рамках которого компании потратили более 1 млрд долл. на проведение совместных разработок. В 2002 г. «Дженерал Моторс», «Форд» и «ДаймлерКрайслер» объявили о новом автомобильном исследовании.

⁶ Конкурентоспособность в системе мирового хозяйства: пространственный анализ. / Под редакцией Н.С.Мироненко. - М., 2002, с. 282-296

довательском товариществе с целью разработки автомобиля, работающего на водородном топливе и т.п.

- Характерным для 80-х гг. процессом было создание так называемых межфирменных СП между конкурентами. Широко известен пример СП «НУММИ», образованного «Дженерал Моторс» и «Тойотой». При его создании преследовались цели взаимовыгодного использования конкурентных преимуществ каждого из участников. В частности, для американцев целью было практическое изучение тойотизма как новой формы организации производства и степени ее адаптивности к специфике экономической деятельности американских автомобильных концернов.

- Широкое распространение получила такая форма кооперации, хотя и ограниченной значимости, как «резкеточная» деятельность.

- Международная кооперация автомобильных ТНК выражается и в совместном использовании поставщиков комплектующих.

- Комплексное сотрудничество между автомобильными ТНК, включающее многие формы кооперации и взаимное участие в капитале друг друга, выражается в заключении так называемых стратегических альянсов. От других типов межфирменного сотрудничества последние отличает наличие общей для участников, долгосрочной цели развития, деятельность участников подчиняется общим интересам альянса. Стратегические альянсы можно рассматривать как промежуточную стадию взаимной интеграции автомобильных ТНК⁷. Ярким и самым старым примером может служить пример альянса между «Дженерал Моторс» и японской фирмой «Сузуки». Начало сотрудничества относится к 1971 г. К 2000 г. количество заключенных соглашений о кооперации достигло 15. Доля американского концерна в капитале партнера составляет 49%. Основные направления сотрудничества включают помимо НИОКР, организацию межфирменных СП, совместное использование комплектующих, сбыт в глобальном масштабе.

- Формой кооперационного сотрудничества и одновременно методом конкурентной борьбы следует считать и взаимные слияния и поглощения фирм. Последнее десятилетие в XX в. ознаменовалось особо большим размахом трансграничных слияний и поглощений ТНК. В настоящее время ведущие автомобильные ТНК представляют собой группы автомобильных фирм разных стран, объединенных общим стратегическим и финансовым руководством.

В целом анализ процессов и форм кооперирования автомобильных фирм между собой подводит к выводу, что современная автомобильная индустрия трансформировалась из совокупности независимых автопроизводителей в сложную паутину взаимосвязанных корпораций, степень взаимной кооперации и интеграции которых продолжает увеличиваться.

Развитие процессов транснационализации, кооперирования и сотрудничества между ТНК коренным образом меняет их организационно-пространственные и производственно-пространственные структуры. Можно утверждать, что развитие последних укладывается в известную концепцию глокализации, в соответствии с которой формирование региональных производственных ядер корпораций

⁷ Громов А.И. Территориально-производственная организация автомобильных ТНК в условиях глобализации: Автореф. канд. дис. М., 2004. С. 15.

идет при уменьшении значения единого центра управления из материнской компании и при росте учета региональной специфики при выработке производственной стратегии ТНК. В соответствии с концепцией глокализации американскими автомобильными корпорациями была проведена реорганизация управления, выделены «региональные дивизионы» деятельности, объединяемые не жесткой вертикальной иерархией соподчинения материнской компании, но глобальными связями сотрудничества и взаимодействия. Региональные производственные ядра в условиях глокализации не замыкаются только на свои регионы, а взаимодействуют друг с другом, образуя глобальную систему производства. Так региональные производственные центры корпорации «Дженерал Моторс» в Латинской Америке (Бразилии, Аргентине) ориентированы не только на обеспечение растущих потребностей национальных авторынков, но и на поставки продукции в другие страны Латинской Америки и вообще в другие регионы экономической деятельности корпорации.

В рамках концепции глокализации разворачивается эволюция производственно-пространственной организации автомобильных корпораций. Утверждение, что тренд к созданию «триаднорегиональных» структур очевиден для большинства современных автомобильных ТНК, не противоречит наличию в каждой из ТНК собственной специфики развития производственно-пространственных структур и ставит задачу углубленного исследования этих структур. Здесь отметим, что помимо глобального и регионального уровня рассмотрения эволюции производственно-пространственных структур ТНК, чрезвычайно важен и локальный. Именно на этом уровне в последние десятилетия разворачивается процесс «штандортной кооперации» ТНК. Автосборочные филиалы крупнейших автомобильных ТНК-конкурентов образуют за рубежом, прежде всего в развивающихся странах, настоящие автомобильные «мультикорпоративные» агломерации. Самые известные примеры – сосредоточение автомобильных заводов европейских и американских ТНК в районе Сан-Паулу - Порто-Алегри в Бразилии («ДаймлерКрайслер», «Дженерал Моторс», «Форд», «Фольксваген», «Хонда» и др.) или в районе Мехико в Мексике («ДаймлерКрайслер», «Дженерал Моторс», «Форд», «БМВ» и др.)⁸.

В результате в таких районах образуются сетевые структуры взаимодействующих, взаимоперекрещивающихся центров разных ТНК-конкурентов, вращающихся в едином информационном поле, имеющих возможность отслеживать действия своих конкурентов, более оперативно реагировать на них. В таких районах часто возникают цепные реакции распространения новых технологий, интеллектуальных и технических новинок в автомобилестроении.

В целом проведенный анализ подводит к определенному выводу: современная автомобильная индустрия трансформировалась из совокупности независимых автопроизводителей в сложную паутину взаимодействующих корпораций, степень взаимной интеграции которых продолжает возрастать. Глобальная сеть взаимосвязанных автопроизводителей постепенно трансформируется в управляемую глобальную систему автомобильного производства.

⁸ Швец Е.А. Влияние экономической интеграции на географию автомобильной промышленности стран Меркосур // Основные направления современной социально-экономической географии зарубежного мира. Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. Вып. 15. М., 2002. С. 124-143.